Il vostro storytelling annoia i turisti (e no, non è solo colpa loro)

scritto da Lavinia Furlani | 23 Novembre 2026



Molti hospitality manager della cantina recitano canovacci perfetti, ricchi di date e curiosità, ma i turisti perdono interesse in pochi minuti. Il problema riguarda troppe informazioni, tono monotono e un approccio a senso unico. Questo articolo spiega come selezionare pochi concetti memorabili, coinvolgere gli ospiti con domande e gesti, e usare il linguaggio del corpo per rendere la visita indimenticabile.

Vediamo continuamente hospitality manager sfoggiare canovacci impeccabili. Conoscono a memoria le annate, la storia del bisnonno, le peculiarità del terroir e i premi vinti. Eppure, mentre parlano, l’attenzione del turista si spegne lentamente.

E sapete qual è il vero problema? Siete talmente concentrati su *cosa* dire, che avete dimenticato *come* comunicare.

Vi sveliamo una cruda verità: state perdendo vendite e passaparola perché state recitando un'enciclopedia.

L'ossessione dell'enciclopedia aziendale

C'è questa convinzione, tanto diffusa quanto autolesionista, che per giustificare il prezzo di una bottiglia o di un tour si debba **rovesciare addosso all'ospite l'intera storia dell'azienda step per step**. Sbagliato. Il cervello umano non è un hard disk: messo alle strette tra decine di informazioni, semplicemente cancella tutto.

Se non avete la spietata lucidità di tagliare il superfluo, il vostro racconto diventerà solo rumore di fondo. Le cantine che generano profitti e passaparola non sono quelle che dicono tutto, sono quelle che hanno il coraggio di omettere l'80% delle informazioni per rendere indimenticabile il restante 20%.

Il monologo è il nemico del ricordo

A questo si aggiunge un altro errore fatale, su cui vi invitiamo a riflettere: trasformare la visita in una noiosa lezione frontale. Se durante i primi dieci minuti di tour **il vostro ospite non ha mai preso la parola**, non vi ha fatto una domanda o non ha sorriso, lo avete già perso. L'enoturismo non è un monologo, è una relazione. Fate domande, stimolate i sensi, fategli toccare un pezzo della vostra terra. Le persone ricordano ciò con cui interagiscono, non i discorsi che subiscono passivamente.

La dura realtà: il vostro corpo parla più delle annate

Tutto il vostro sforzo per creare il "testo perfetto" vale

zero se non vi rendete conto che **il contenuto conta in minima parte**.

Chi ha vissuto una visita nella vostra azienda non ricorderà mai le percentuali del vostro uvaggio. Ricorderà come lo avete fatto sentire. Ricorderà se nei primi tre secondi lo avete guardato negli occhi facendolo sentire atteso, o se avete snocciolato il discorso con la stessa enfasi con cui si legge la lista della spesa. La tensione nel vostro viso, le pause inesistenti, la mancanza di un sorriso o di un'interazione fisica o sensoriale: è questo che distrugge l'esperienza.

Smettetela di aggiungere nozioni e iniziate a togliere. Scegliete due concetti, rendeteli unici e raccontateli con il corpo prima che con la voce. Vi diamo un consiglio spassionato e gratuito: registratevi col cellulare mentre fate un tour e poi riguardatevi. Sarà un brutto quarto d'ora per il vostro ego, ma è l'unico modo per capire i vostri errori.

Pronti a mettervi in discussione?

Sei disposto a guardare in faccia la realtà e ammettere che il tuo tour ha bisogno di una potatura drastica?

Se hai capito che è arrivato il momento di cambiare marcia, ma non sai da dove iniziare a stravolgere il tuo storytelling, sappi che non devi farlo da solo. Noi di **Wine Meridian** affianchiamo ogni giorno le cantine con consulenze mirate, proprio per smontare e ricostruire strategie di accoglienza che portino fatturato concreto.

SCRIVICI!

Punti chiave

1. **Tagliare l'80% dei contenuti rende memorabile il**

restante 20%, evitando il sovraccarico informativo che il cervello del turista cancella.

2. **Il monologo uccide il ricordo**: senza domande, sorrisi o interazione, l’ospite si disconnette nei primi dieci minuti.
3. **Il linguaggio del corpo conta più delle parole**: sguardo, pause e sorriso definiscono l’esperienza percepita dal turista.
4. **Registrarsi durante il tour aiuta a individuare tono piatto**, **tensione e scarso coinvolgimento** sensoriale.
5. **Due concetti ben raccontati superano un’enciclopedia di dati su annate,** premi e terroir.